



お客様・お取引先とともに

富士通グループでは、良き企業市民として
お客様、株主・投資家、取引先・パートナー、地域社会など
多様なステークホルダーの期待と要請を理解して
企業活動を実施します。

お客様とともに

お客様の満足度向上のために

社会や経済の環境がめまぐるしく変化し、将来の予測が困難な時代においては、お客様の要望や利用シーンの変化を素早かつ的確に捉え、“お客様起点”で発想・行動しながら自らを変革していくことが求められます。

富士通では、「経営品質向上プログラム」^(注1)を採用したマネジメント革新に取り組みとともに、お客様の変化に合わせて革新し続ける企業風土を作り上げるために様々な取り組みを実施しています。

(注1) 経営品質向上プログラム：

世界的な経営革新のデファクト・スタンダードとされる米国「マルコム・ポルドリッジ国家品質賞」を範とした「顧客本位に基づく卓越した経営」を実現するためのフレームワーク。

お客様とともに「フィールド・イノベーション」を推進

フィールド・イノベーションは、お客様の現場で「人」の行動や意識を観察し、「プロセス」の無駄や改革のヒントを発見。「ICT」の価値最大化を図るとともに、お客様のビジネスの進化・拡大に貢献します。

フィールド・イノベータ（Fler）が、現場の課題を明らかにし、業務改革のお手伝いをします。

フィールド・イノベーション事例 ー三菱重工業株式会社様ー

高度道路交通システム（ITS）機器の入出荷業務プロセス改革を推進 社内における業務改善活動の活性化に貢献

課題

- 特定日に機器の入荷が集中し入庫業務に負荷がかかっていた
- 出荷機器の変更・追加が多くしばしば急な対応を迫られた
- 機器の入荷時期と検査・現地工事工程がリンクしていなかった

効果

- 入荷から翌日までの入庫完了率を73%から95%に改善
- 機器構成情報のリスト化で出荷依頼書の更新比率を削減
- 入荷～検査・現地工事の全体工程をチェックする機能を強化

三菱重工業株式会社 ICTソリューション本部様では、高度道路交通システム（ITS）機器の製造を手がける制御工作部での入出荷業務の改善・改革を目指してフィールド・イノベーションを導入しました。

制御工作部の改革に挑む多くの負担を抱えていた発送場の入出荷業務

三菱重工業株式会社 ICTソリューション本部制御工作部の発送場は、部材の受け入れや在庫管理、製品出荷業務を担っています。業務プロセスの中間に位置し、発注側や工事側の事情に左右されやすく、どういう構成の製品を・どこへ・いくつ送るのかという情報の伝達に齟齬が生じることがありました。

上流・下流工程も含めた業務プロセス全体を可視化

フィールド・イノベータは、発送場の関係者へのインタビュー、現場観察による実態調査、データ分析から、入荷が特定日に集中していること、現場代理人からの出荷依頼書の更新が頻繁なこと、在庫に長期滞留品があることを明らかにしました。

3つの施策テーマを設定

この事実を踏まえ改善に向けた集中討議を実施。解決のため「工事工程と機器入荷時期のチェック機能を働かせる」「現地設置時の機器構成を分かりやすくする」「入荷予定を見える化し、入荷日を事前調整する」の3つに絞って取り組みました。

根付いた改善体質

この活動でメンバーの意識が大きく変わりました。担当以外の業務の問題を知ることで、ほかのメンバーと課題を共有し改善に向けて問題を整理できました。これにより特定の担当者だけが頑張るのではなく、メンバー全員で共通の課題に向き合うことができるようになりました。

また、ICTソリューション本部ではすでにその先を見据え、調達先のビジネスパートナーやお客様との間でも改善・改革を推進しています。

- ・お客様事例：三菱重工工業株式会社様

<http://www.fujitsu.com/jp/about/businesspolicy/fieldinnovation/case-studies/case30/>

富士通お客様総合センター／富士通コンタクトラインの運営

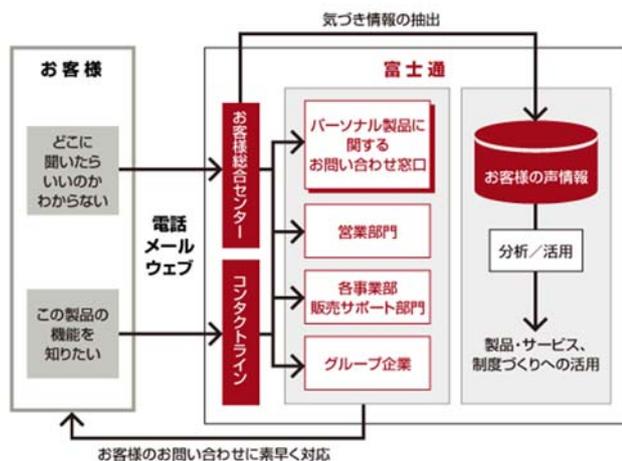
2003年に開設した「お客様総合センター」は、製品・サービスの問い合わせ先が不明なときや特定できないとき、その他お困りのときなどにご相談いただける窓口です。また、購入前に製品の機能や価格を知りたいとお考えのお客様に迅速にお答えできるように、2005年からはお問い合わせ窓口を「富士通コンタクトライン」に統一し、専用の電話を開設しています。電話番号はホームページやカタログ、プレスリリース、宣伝広告に掲載しています。

「富士通お客様総合センター」と「富士通コンタクトライン」は、お客様のお問い合わせを最適な部門に素早くつなぐ役割を果たしています。また、迅速な回答によってお客様満足度を高めるだけでなく、「お客様の声情報」を分析し、製品・システムの開発や品質向上に活用しています。

- ・富士通お客様総合センター／富士通コンタクトライン

<http://www.fujitsu.com/jp/about/resources/contact/others/customer/>

富士通お客様総合センター／富士通コンタクトライン



お客様総合センターおよびコンタクトラインへの問い合わせ件数推移



■ 個人のお客様向けパソコンサポート窓口

個人のお客様のご利用ニーズや環境の多様化に対応するために、富士通のパソコン技術相談窓口「パーソナル製品に関するお問い合わせ窓口」では、使い方やトラブルから修理に関するご相談まで、幅広く対応できる体制を構築しています。

お客様の声に基づく改善事例

事例①

「パソコンから出ている『ブルーライト』が気になる」というお客様の声を受け、2014年10月および2015年1月発売モデルの一部に「ブルーライトカットモード」を標準搭載しました。ステータスパネルスイッチからワンタッチでオン・オフを設定することができ、ディスプレイ標準値の約30%のブルーライトをカットします。

事例②

お客様から「パソコンの型名、製造番号、保証開始日が簡単にわかるようにしてほしい」というご意見をいただきました。これに対し、2015年10月発売モデル搭載の「富士通アドバイザー」^(注2)により、当該情報をトップ画面に表示することで簡単に確認できるようになりました。

また、上記の表示をクリックすることで、「機種別サポート情報・ダウンロード」^(注3)も簡単に参照できるようになりました。

(注2) 富士通アドバイザー：

パソコンの使い方やサポート情報などをお知らせするアプリ

(注3) 機種別サポート情報・ダウンロード：

画面の情報は品名、型名、発表時期、機種登録情報（ユーザー登録）、製品仕様（CPU、HDD、メモリなど）、ダウンロード、マニュアル（取扱説明書）など

・ その他事例

http://www.fmworld.net/fmv/pickup/voc/?fmwofrom=fmv_relation

お客様とのつながりを大切に

■ ユーザー団体「FUJITSU ファミリー会」の活動

富士通の法人のお客様を会員とするユーザー団体として1964年に誕生した「FUJITSU ファミリー会」は、2014年に創立50周年を迎えました。2015年度末現在で約3,700会員が参加しており、国内最大の情報通信システムのユーザー団体です。また、本部および全国11支部とLS研究委員会^(注4)があり、会のスローガンである「語りあう夢、きそいあう知恵」の下、それぞれ活動を展開し、会員の皆様から高い評価を得ています。

活動内容は異業種交流・人材育成・情報収集の3分野にわたり、2015年度はICTに関する情報提供をはじめ、ダイバーシティや地域の特徴を活かした交流行事、異業種のメンバーによるグループ研究活動・意見交換、震災復興に関する行事など幅広く実施しました。

さらに、より多くの皆様に参加いただけるよう、最寄りの富士通の支社支店をサテライト会場とし、遠隔地のセミナーをサテライト受講をする「オンラインセミナー」も展開し、2015年度は延べ1,000名以上にご参加いただきました。

また、広報も充実させ、会員向けの会報「Family」を年6回、「eふぁみり」(Web版)やメールマガジンなどを随時発行しました。

(注4) LS研究委員会：

1978年に、会員の発展に貢献するICTの有効活用と先進コンセプト、先進技術の研究活動を目的に「ラージシステム研究会」として設立。2007年に「FUJITSU ファミリー会」と統合し、LS研究委員会として発足。

・ FUJITSU ファミリー会

<http://jp.fujitsu.com/family/>

■ 宣伝・広告の方針

富士通グループのあらゆる宣伝・広告活動は、法令や社内規定を遵守し、公正かつ適切な表示・表現を用いるよう努めています。2015年度、富士通グループでの「景品表示法」違反事例はありません。

主な宣伝・広告活動

- ・番組提供：「世界の車窓から」、「ワールドビジネスサテライト」
- ・テレビCM／新聞広告：「東京 2020 協賛 共に挑む篇」、「人は ICT と、何をかなえるだろう。」
- ・主催、協賛イベント：「富士通レディース（主催）」、「出雲全日本大学選抜駅伝競走」、「富士通コンサートシリーズ」、「お仕事体験テーマパーク カンドゥー」

- ・広告宣伝

<http://www.fujitsu.com/jp/about/resources/advertising/>

■ 製品・サービスの品質および安全性に関する表示とラベリング

富士通では製品・サービスの品質および安全性に関する表示やラベリングについて、関連法令や社内規定の遵守を徹底しています。2015年度は、品質および安全性に関する表示とラベリングの違反はありませんでした。

ユニバーサルデザイン

富士通グループでは、人々が安心・安全・快適、そして豊かに生活できる社会を目指して、「ICTのユニバーサルデザイン」を推進しています。

■ 富士通のユニバーサルデザイン理念

富士通は、誰もが参加できる ICT 社会の実現を目指して、ユニバーサルデザインに取り組みます。すべての人にとって使いやすく、より多くの人の社会参加を可能にする製品やサービスを開発し提供していきます。

■ ユニバーサルデザインの5つの視点

製品やサービスをデザインするときに、この5つの視点を持つことで、先入観にとらわれることなく多様な人や状況に柔軟に対応します。

・五感をおぎなう

五感とは、触覚・嗅覚・視覚・聴覚・味覚です。視覚・聴覚などの違いによって、製品やサービスの利用が制限されないよう五感を補助し、多様な利用方法を提供します。

・身体をいたわる

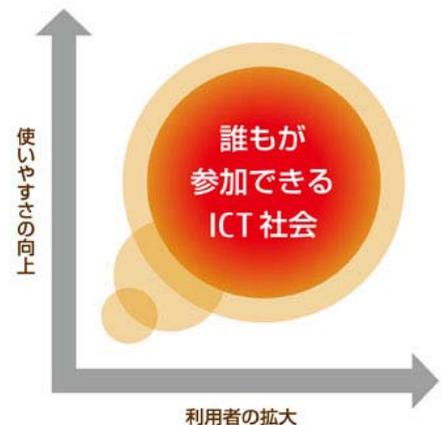
体格・筋力・運動・姿勢などの身体能力や、車いすなどの利用の有無によらず、少ない負荷で利用できるように寸法・配置・操作方法を設計します。

・経験や文化を気づかう

多様な経験や文化を持つ利用者が理解でき、誤解を生じないように、言葉や表現方法に配慮した情報を提示します。

・利用状況にそなえる

時間や場所・天候・利用者自身や周囲の状況などを考慮し、状況の変化に対応します。



・使いやすさを極める

安全性・安心感・効果・効率・満足感を高めるために、使いやすさを追求します。

■ 2015 年度の活動事例

2015 年度は、以下の 3 件がグッドデザイン賞と国際ユニヴァーサルデザイン協議会の IAUD アワードを 3 件受賞しました。中でも聴覚障がい者参加型コミュニケーションツール「LiveTalk」はグッドデザイン・ベスト 100 に選ばれています。

・聴覚障がい者参加型コミュニケーションツール「LiveTalk」

会議や打ち合わせで、発話者の発言を音声認識し、即時テキストに自動変換して複数のパソコン画面に表示するソフトウェアです。聴覚障がい者を含む参加者全員がリアルタイムに情報を共有できるため、聴覚障がい者の職場環境の改善につながっています。

・ホームセントラル PC「LIFEBOOK GH」

ハイスペックな本体が家中のデータをまとめて管理し、さらに、自由に大画面を持ち運べるため、時間・場所にとらわれず家族みんなで楽しむことができます。ユニバーサルデザインの概念に則したパソコンであることが評価されました。

・川崎市麻生区子育て支援アプリ「あさお子育てポータル」

子どもの年齢や居住地に合ったイベントやおでかけスポットなどの情報を有効に活用できるように、情報を一元管理し、まとめて閲覧できるようにするアプリです。このポータルによって、市民のイベント・スポットの利用回数やイベント情報の入手機会の増加と、区役所の業務効率化を実現したことが評価されました。

・富士通ユニバーサルデザイン

<http://www.fujitsu.com/jp/about/businesspolicy/tech/design/ud/>

品質への取り組み

品質と製品安全に対する考え方

FUJITSU Way の企業指針に掲げた「品質：お客様と社会の信頼を支えます」は、富士通グループ全社員が大切にすべき価値観の1つです。当該指針を具体的に実践するため、富士通グループ共通の品質に対する考え方を示した「富士通グローバル品質指針」を国内外の富士通グループに展開し、品質を事業活動の根幹に関わる事項として捉え、その維持・向上にたゆまず取り組んでいます。

・富士通の品質 ～お客様の安全・安心に向けて～

<http://www.fujitsu.com/jp/about/activities/quality/index.html>

「富士通グループ品質憲章」に基づく品質保証活動

「品質」は富士通グループのブランド価値の基盤であり、お客様に製品・サービスを安心してお使いいただくことが富士通グループのビジネスを支える根源です。こうした考えの下、富士通は、1994年6月、国内の製造物責任法施行（1995年7月1日）に先立って、「富士通グループ品質憲章」の前身である「富士通製品安全憲章」を制定しました。

今日では、安全は品質の一部であるとの考えに基づき「富士通グループ品質憲章」を制定し、製品の品質に関する各種規程・技術基準などの改訂・制定を行い、新入社員教育や技術部門の集合教育、品質会議などを通じて、周知・徹底に取り組んでいます。

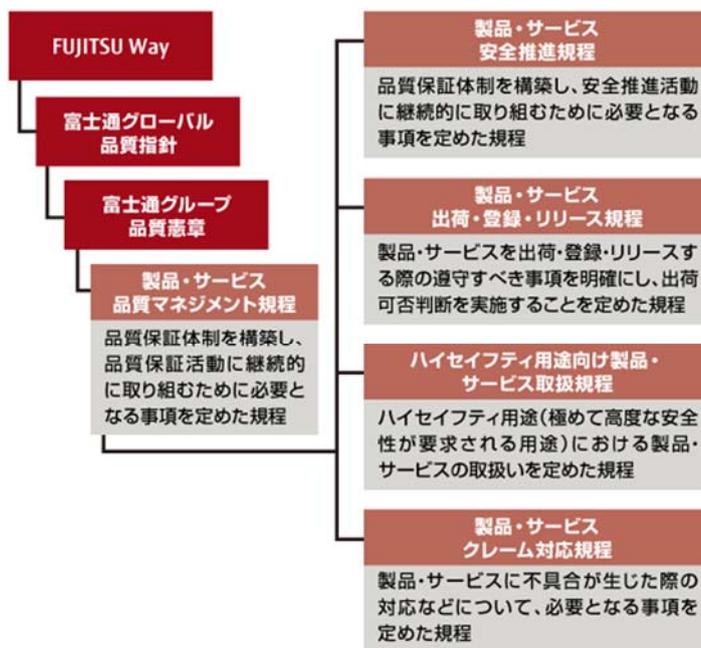
お客様およびお客様を取り巻く事業環境の変化を先取りした製品・サービスを提供し続けるために、設計から評価・生産・販売・サポートまでのすべての過程で、「富士通グループ品質憲章」に定める次の指針に基づいた品質保証活動を実施しています。

指針

- ・お客様起点での品質追求
- ・変化を先取りした品質づくり
- ・社会的責任を果たす品質の確保
- ・三現主義（現場、現物、現実）による継続的改善
- ・ビジネスパートナーと連携した品質向上
- ・品質情報の公開と対応
- ・品質を考える人づくり

また、事業活動のあらゆる面において「安全性」を重視するという方針に基づき、設計上の安全確保、製品事故情報の収集と開示、事故への迅速な対応に努めています。

品質・安全性関連規定の体系



製品・サービスの安全に関する実践方針

富士通グループは、安全・安心な社会を構築するという社会的責任を認識し、富士通グループの事業活動のあらゆる面において製品・サービスの安全性を常に考慮し、次の方針の下で実践しています。

1. 法令等の遵守

製品・サービスの安全に関する法令を遵守します。

2. 安全確保のための取り組み

製品・サービスの安全を確保するため、さまざまな利用態様を踏まえて製品・サービスの安全化を図り、必要に応じた対策を行います。さらに法令で定められた安全基準に加え自主安全基準を整備、遵守し、継続的な製品・サービスの安全性向上に努めます。

3. 誤使用等による事故防止

お客様に製品・サービスを安全に利用いただくため、取扱説明書、製品本体等に誤使用や不注意による事故防止に役立つ注意喚起や警告表示を適切に実施します。

4. 事故情報等の収集

製品・サービスの事故情報および事故につながり得る情報等の安全性に関する情報をお客様等から積極的に収集します。

5. 事故への対応

製品・サービスに関して事故が発生した場合、直ちに事実確認と原因究明を行い適切に対応します。製品・サービスの安全性に問題がある場合、お客様等に情報提供を行うとともに、製品回収、サービスの修復、その他の危害の発生・拡大の防止等の適切な措置を講じます。富士通グループは、重大製品事故が発生したときは、法令に基づき、迅速に所轄官庁に報告を行います。

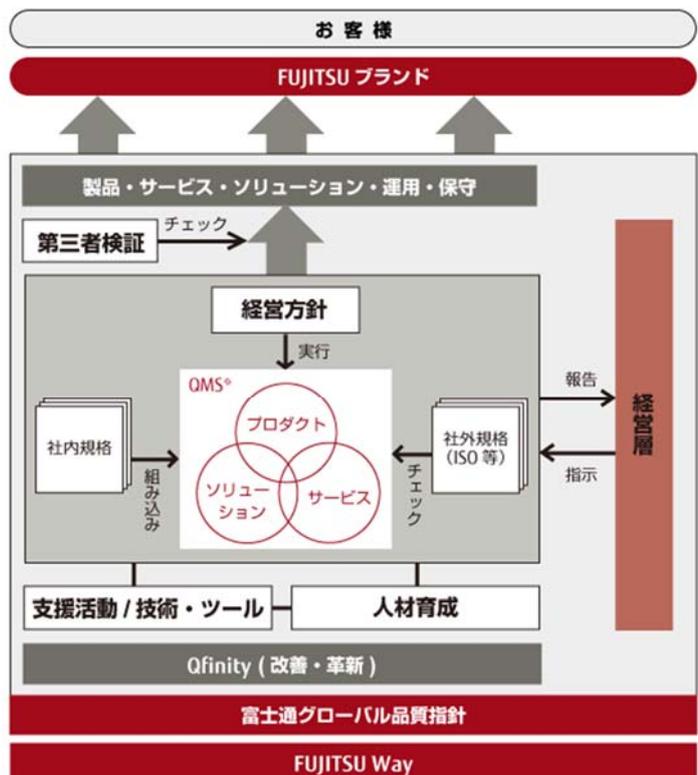
品質保証体制の確立

品質マネジメントシステム

富士通グループは、ICTがもたらす恩恵を誰もが等しく安心して享受できるよう、すべての製品・サービスにおいて、お客様が満足するレベルの品質を実現することを目標としています。

そのために、品質マネジメントシステム（Quality Management System:QMS）を構築・運用しています。QMSの運用にあたっては、ISOなどの国際的な認証規格に照らしてPDCAサイクルの進捗を定期的に検証し、より良い品質の実現を目指してプロセスの改善を図っています。

QMSを中心とした品質保証活動



※QMS: Quality Management System (品質マネジメントシステム)

ISO9001 認証取得状況

富士通は、QMS の下で継続的なプロセス改善に取り組んでおり、2015 年度末現在、20 本部が ISO9001 認証を取得しています。

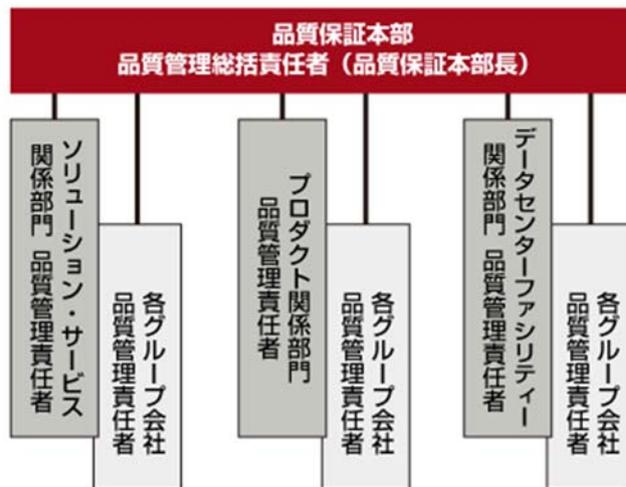
品質保証の推進体制

富士通は、世界中のお客様に一貫性のある最適な品質の製品・サービスを提供できるよう、個々の部門や地域での品質保証活動に加えて、その枠を超えたノウハウ・情報の共有・利活用や共通課題の解決を図る全社連携活動にも取り組んでいます。

これを確実に推進するため、全社連携活動に常時参画し運営する組織要員を、関連部門より選定、品質管理責任者として任命（人事発令）し、各事業部門より独立した組織である品質保証本部が牽引しています。

品質保証本部では、FUJITSU Way の企業指針「品質：お客様と社会の信頼を支えます」に基づき、品質に関する全社共通ルール・品質指針策定、第三者視点でのダブルチェック、コンプライアンス・トラブルエスカレーション、人材育成、各部門 QMS 構築支援、共通ノウハウ・施策の水平展開に取り組んでいます。

品質管理責任者による推進体制



製品・サービスの重大な品質問題発生時の対応体制

富士通では、製品・サービスに重大な品質問題が発生した場合には、リスク管理規程に従い、役員および社員は、直ちにリスク・コンプライアンス委員会へ報告し、あらかじめ定めた報告体制に従って部門長へ報告することとしています。部門長は、対応状況を随時リスク・コンプライアンス委員会に報告し、指示があればそれに従います。また、解決のめどがついた際、顕在化したリスクの顛末・再発防止策などをリスク・コンプライアンス委員会へ報告します。リスク・コンプライアンス委員会は、それらを取締役会、経営会議、またはリスク・コンプライアンス委員会へ報告するよう、部門長に指示することができます。

製品安全に関する情報の開示

製品安全に関する問題が発生した場合は、速やかにお客様にお知らせするために、富士通ホームページの「製品安全に関する重要なお知らせ」に情報を開示しています。2015 年度は、富士通製品で 2 件の重大製品事故（火災原因の可能性）が発生しました。本件については、適切に関連法令（消費生活用製品安全法）に従い、消費者庁へ報告すると共に同内容をホームページに掲載しました。

- ・製品安全に関する重要なお知らせ
<http://www.fujitsu.com/jp/support/safety/>

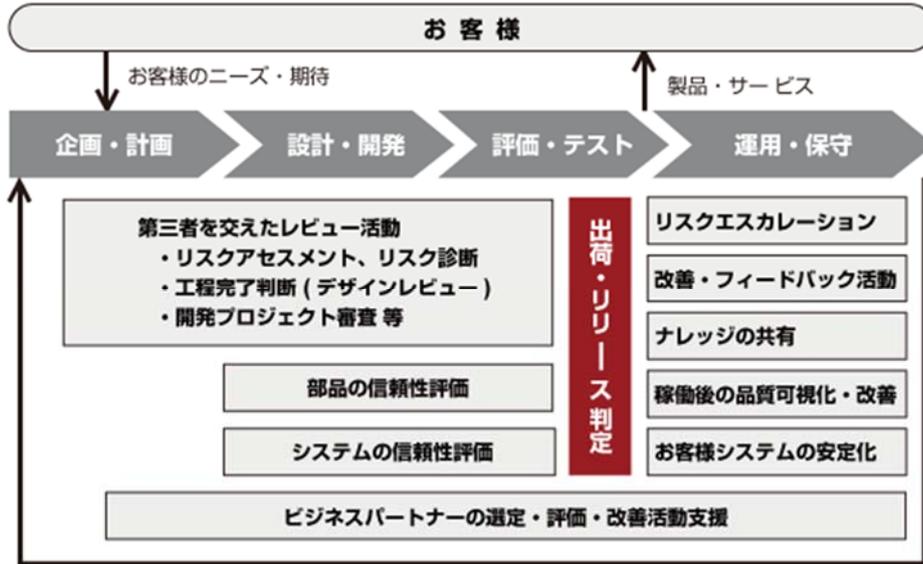
客観的な視点による製品・サービスの品質保証活動

製品・サービスの提供にあたっては、お客様起点の考え方に基づき、企画段階から第三者を交えた「お客様のニーズ・期待への適合性」を評価基準としたレビューや審査を実施することで品質の向上を図っています。

また、お客様に製品・サービスをお渡す前の最終段階で、富士通では出荷判定・リリース判定を実施しています。これまでの工程判断結果や開発中に発見したリスクへの対処が正しく実施されているか、お客様にお使いいただくにあたってふさわしい品質であるかをチェック・判定しています。

こうした仕組みを通じて、客観的な視点から、お客様の期待される価値を実現した製品・サービスをお届けできるよう努めています。

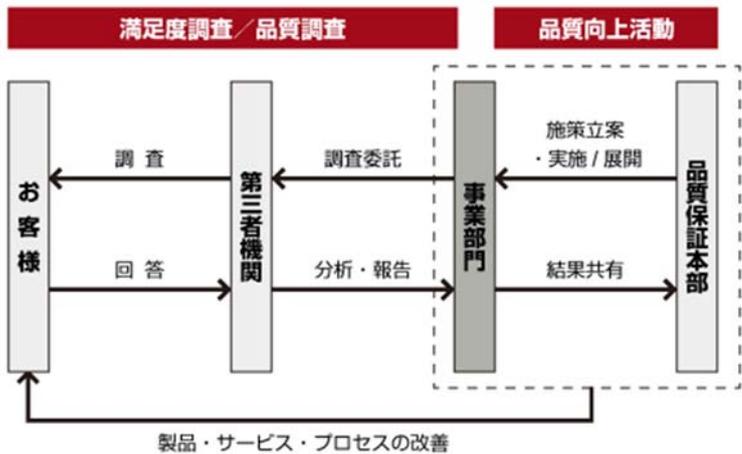
品質保証活動の流れ



第三者機関による満足度調査および品質調査

製品・サービスについては、第三者機関によるお客様の満足度調査および品質調査を実施し、特に「信頼性満足度」では高い評価を頂いています（2015年度はミドルウェアでは3製品の調査を実施。回収数は1,858）。これらの結果を共有し、次の製品・サービスの開発に反映させています。

満足度調査、品質調査



新興国での品質向上の取り組み

中国・アジア地域でのインテグレーションサービスの拡大に伴い、さらなるサービスの品質向上を目指して現地の品質体制強化や人材育成に力を入れています。例えば、中国では、システムの運用・保守を担当するプロジェクトにおいて、SEの契約や作業プロセスなどに関する定期点検を行うとともに、現地従業員に向けた品質に関する意識向上の研修などを実施しています。今後、このような取り組みをアジア全域に拡大していく予定です。

安全な製品づくりを支える専門家の育成

富士通では、製品の安全性を確保するため、2003年度から「安全規格エキスパート」という独自の認定制度を設けています。所定の教育修了者を品質保証本部の製品安全担当部門が認定する制度で、2015年度末で213名を登録しています。

安全規格エキスパートは、デザインレビュー時（開発初期から出荷判定までの各プロセス）に、製品の安全性を確認します。安全が確認できない場合は最終的な出荷判断を受けることができない仕組みとしています。レビューにあたっては、国内・海外・

富士通独自の安全要求事項への適合性に加え、過去の製品における障害の再発を防ぐ観点から確認しています。なお、安全規格エキスパートは、年2回のフォローアップ教育と年1回の資格更新テストを受けることで、スキルの維持・向上を図っています。

また、製品設計においては、製品固有の潜在リスクや利用形態によるリスクなど、使用者の視点に立ったリスクアセスメントが求められています。そこで富士通は、2010年度に、製品安全リスクアセスメントを実施するための社内基準を整備するとともに、「製品安全リスクアセッサー」の育成を開始しました。2015年度末現在160名の製品安全リスクアセッサーを登録しています。



安全規格エキスパートの教育風景

カスタマー・バリューの追求に向けて

Qfinity

富士通グループでは2001年度から、より高いカスタマー・バリュー（CV）の実現に向け、社員一人ひとりが主役となり、製品やサービス、仕事や人材のクオリティを向上し続ける改善・改革活動「Qfinity」に取り組んでいます。「Qfinity」とは、Quality（質）とInfinity（無限）を合体させた造語（インナーブランド）で、「一人ひとりが無限にクオリティを追求する」という富士通グループのDNAを表しています。

富士通グループにおける様々な改善・改革の活動は、Qfinityの下に実践、共有され、DNAとして受け継がれています。また、Qfinityは、あくなき改善・改革を通じて、社員一人ひとりにFUJITSU Wayの行動指針（お客様起点、よき社会人、三現主義、スピード、チームワーク）の積極的な実践を促しています。富士通グループでは、Qfinityを全社に浸透させるために、教育プログラム、各種情報発信や事例共有、表彰やイベントの開催を行っています。

・教育プログラム

e-learningや集合講座による改善・改革の基礎、技術教育に加え、各組織向けの個別指導やワークショップを通じて、実践力を高めています。また、Qfinityの進め方や課題解決手法などについてまとめたハンドブックや教材を社員に提供しています。

・情報発信や事例共有

それぞれの活動事例をQfinityシステム（Team Challenge）で一元管理し、全社で共有しています。また、メールマガジンやウェブサイトを活用して定期的に事例紹介や各種の情報発信を行っています。

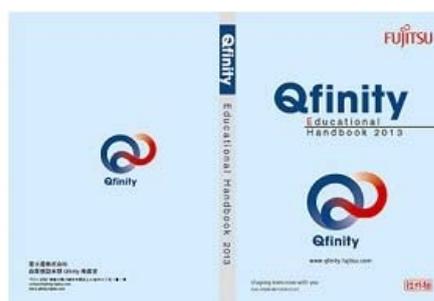
・表彰やイベント

優秀な活動は各本部で表彰されます。さらに、全グループを通じて優秀な事例は、創立記念日に優秀賞を授与され、グループ社員が一同に会した「Qfinity全社大会」で発表・共有しています。

このような「Qfinity」の活動を通じて、社員一人ひとりが「仕事の質」を追求し、富士通グループの力を高め、DNAをつないでいきます。



Qfinity全社大会の様子



Qfinityハンドブック

お取引先とともに

富士通グループは、「お取引先との共存共栄」「お取引先の公平・公正な評価・選定」「CSR に配慮した調達活動の推進」を調達方針として掲げ、グローバルに調達活動を行っています。活動にあたっては、サプライチェーン全体における CSR の推進という観点から、お取引先とともに CSR 調達活動に取り組んでいます。

CSR 調達への取り組み

お取引先に対しては、人権尊重、労働、安全衛生、公正取引などに関する要請事項をまとめた「富士通グループ CSR 調達指針」を公表し、遵守を依頼しています。さらに、CSR 調達指針の遵守に向けてお取引先と理解を共有するために、指針の内容をより具体化した「富士通グループ サプライチェーン CSR 推進ガイドブック」を作成しています。「人権尊重」や「労働」においては、ILO 条約・勧告などを踏まえた内容にしているほか、「公正取引」では贈収賄防止について具体的に明記するなど、国際的に重視されている CSR 課題を考慮した内容になっています。指針およびガイドブックは、富士通グループが製品に適用する部品・材料・工事・設備・ソフトウェアなどを調達するすべてのお取引先が対象となります。

なお、富士通では、調達部門の担当者に対し、教育や研修などを通じて CSR に配慮した調達活動を行うよう周知・徹底しています。2015 年度は、CSR 調達、グリーン調達のほか、下請法や派遣法などのコンプライアンスや、リスク管理（BCM 活動）について、教育を実施しました。2016 年度においても同様の教育を継続し、調達担当者の CSR に対する意識のさらなる向上を目指します。

また、富士通グループは、JEITA（電子情報技術産業協会）などの取り組みやイニシアチブにも積極的に参加・協力しており、業界全体での CSR 調達の推進にも努めています。

- ・富士通グループ調達方針、富士通グループ CSR 調達指針
<http://www.fujitsu.com/jp/about/procurement/material/policy/>
- ・富士通グループ サプライチェーン CSR 推進ガイドブック
<http://www.fujitsu.com/jp/documents/about/csr/society/procurement/2015-09-30-CSR-Guidebook.pdf>

お取引先と連携した CSR の推進

CSR 調査/監査の実施

お取引先の CSR 活動体制や推進状況を確認するため、毎年書面調査を実施しています。2015 年度は法令遵守および紛争鉱物への対応をより詳細に確認する設問を調査票に追加し、国内外の約 500 社に対して実施しました。調査結果では、当社のお取引先評価制度の対象である主要お取引先約 200 社の 9 割以上が CSR 活動に積極的に取り組んでいる状況です。さらに、実態把握に努めるべくお取引先工場での実地監査を実施しました。

グリーン調達の推進

富士通グループは、地球環境に配慮した部品・材料や製品の調達に関する基本的な考え方を「富士通グループ グリーン調達基準」にまとめ、お取引先とともにグリーン調達活動を推進しています。

具体的には、すべてのお取引先に、環境負荷低減活動を継続的に実践するための仕組みである「環境マネジメントシステム（EMS）」の構築をお願いしています。加えて、部材関連のお取引先には、化学物質管理を確実に実施するための仕組みである「製品含有化学物質管理システム（CMS^(注1)）」の構築をお願いするほか、JAMP（アーティクルマネジメント推進協議会）が提供する化学物質情報伝達シートにより、含有化学物質調査を実施しています。

CMS については、JAMP の CMS ガイドラインに沿って富士通が作成した CMS check sheet に基づき、当社監査員がお取引先の製造拠点を直接確認し、CMS の構築状況・運用状況を監査しています。監査の結果、不十分な点が見つかった場合には、是正要請

や構築支援などを行っています。

また、「お取引先の CO2 排出量削減の推進」にも取り組んでいます。活動事例や活動方法などを記載した「チェックリスト」や「活動の手引き」の作成・配布などを通じて、お取引先に本テーマの重要性をご理解いただき、目標を持った活動を開始していただくようお願いしています。今後も富士通グループは、サプライチェーンにおける環境負荷低減に取り組んでいきます。

(注1) CMS :

Chemical substances Management System の略。製品に含有する化学物質を適正に管理するための仕組み・体制のこと。

- ・富士通グループ グリーン調達基準
<http://www.fujitsu.com/jp/about/procurement/material/green/>
- ・グリーン調達、お取引先の CO2 排出量削減の推進
<http://www.fujitsu.com/jp/about/environment/operation/procurement/>

情報セキュリティ対策の推進

富士通グループは、2015 年 12 月に経済産業省および独立行政法人情報処理推進機構 (IPA) が公表した「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」に基づき、お取引先とともに「情報セキュリティ事故撲滅」を掲げ、情報セキュリティ事故の予防、再発防止のための教育・啓発・監査・情報共有などの施策を継続的に実施しています。

近年では、クラウドなどの外部サービスやソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) の業務利用が拡大傾向にあり、スマートフォンやタブレット PC などのスマートデバイスの使用機会も急増しています。メール誤送信、PC やスマートデバイスの盗難・紛失だけでなく、内部犯行、サイバーテロなどの新たな情報漏えいリスクをも抑止する必要があります。こうした現状を踏まえ、お取引先に業務を委託する際には、海外も含め、富士通と同レベルの情報セキュリティ管理、個人情報の取り扱いを規定し、教育・啓発を推進しています。さらに、お取引先の情報セキュリティに重大な問題が発覚した場合や改善が見られない場合には、取引の見直しや新規発注の停止などを実施しています。

また、海外のお取引先と連携したオフショア開発においても、国内と同様の情報セキュリティ対策に取り組んでいます。

2015 年度の主な取り組み

- ・情報セキュリティ研修会 (2015 年 10~11 月) :
約 950 社/約 1,300 名受講 (仙台、東京、川崎、千葉、名古屋、大阪、高松、福岡、沖縄)
- ・お取引先の情報セキュリティ対策状況の書面調査 (2016 年 2 月~3 月)
約 1,600 社に対し実施
- ・情報セキュリティ対策状況の監査 (立入調査) (2015 年 4 月~2016 年 3 月)
約 190 社に対し実施

紛争鉱物への対応

富士通グループは、紛争鉱物^(注2)にかかる企業の責任を重要な CSR 課題の 1 つとしてとらえ、お客様やお取引先と連携して、調達活動におけるサプライチェーンの透明性の確保と責任ある鉱物調達の実践に取り組んでいます。2015 年度は、お取引先に対する調査、お客様からの問い合わせに対する回答、お客様との情報交換のためのミーティング、お取引先への回答精度向上への取組依頼、一般社団法人電子情報技術産業協会 (JEITA) の「責任ある鉱物調達検討会」への参加による情報収集などの活動を行いました。

(注2) 紛争鉱物 :

紛争鉱物とは、その採掘や取引が武装集団の資金源となり紛争を助長している、あるいは人権侵害、労働問題などと密接に関連している鉱物のこと。米国の「金融規制改革法」では、コンゴ民主共和国および隣接国において産出される鉱物のうち、タンタル、錫、金、タングステン、その他、米国国務省が判断する鉱物を紛争鉱物として、米国上場企業に対し、紛争鉱物を使用する場合の米国証券取引委員会 (SEC) への報告義務などが定められた。

お取引先とのコミュニケーション

■ パートナーシップの強化

富士通は、1997年にお取引先評価制度を定め、部材関連のお取引先のうち主要なお取引先約200社に対して、「品質」「技術」「価格」「供給」「環境／信頼」などの観点から評価する総合評価プログラムを運用しています。2008年度からは、「CSR」「情報セキュリティ」「BCM」に関する書面調査の結果を含めて評価しています。

ソリューション関連のお取引先に対しても、2004年に定めた評価制度を2013年度に一部改定し、約1,300社の評価を実施しています。中でも主要なお取引先約240社については、その結果をフィードバックしました。

また、主要なお取引先を中心に、経営層が対話形式で評価結果をダイレクトにフィードバックするとともに、ビジネス展望や調達戦略を説明するビジネスミーティングを開催しており、2015年度は47回実施しました。

■ お取引先懇親会の開催

富士通は、1997年からお取引先懇親会を開催しています。懇親会では、富士通の事業に対して顕著な貢献のあったお取引先に感謝状を贈呈するとともに、社長メッセージや購買担当執行役員からのプレゼンテーションを通じて、富士通の事業計画に基づく調達方針などを共有するなど、パートナーシップの強化に努めています。

2015年度は2016年1月に懇親会を開催し、国内外のお取引先約350社から、約630名にご参加いただきました。



お取引先懇親会

サプライチェーン BCM・調達コンプライアンス

■ サプライチェーン BCM の強化

大規模災害など不測の事態においても製品・サービスを安定的に供給するためには、サプライチェーン全体のBCM（事業継続マネジメント）強化が不可欠であるという考えの下、富士通は2007年度からお取引先のBCM能力向上を継続的に支援しています。

毎年実施しているお取引先へのBCM取り組みに関するアンケート調査について、2015年度は、一部グループ会社の自己調達分を含むお取引先約860社（約2,260拠点）に対して実施しました。アンケート調査で集められた延べ約2,190拠点（9月30日時点）については分析を行い、お取引先へのフィードバックを実施しています。

このアンケート調査について、富士通では独自に内容を策定していましたが、2013年度にJEITA（電子情報技術産業協会）資材委員会傘下に検討分科会が設けられ、セットメーカーと部品メーカーが参画し、業界として標準化に向けた取り組みが始まりました。お取引先に求められる供給責任にフォーカスした調達視点でのリスク管理事項を網羅したアンケート調査フォームの策定が進められ、2014年9月にはJEITA資材委員会から一般公開されました。富士通もこの分科会活動へ積極的に参画しており、2014年度のアンケート調査から活用しています。

そのほか、ソリューション関連の主要なお取引先約240社に対しても毎年BCM取り組みに関するアンケート調査を行っており、分析のうえ、フィードバックを実施しています。

■ 調達コンプライアンスの徹底

富士通グループは、2009年8月からお取引先コンプライアンスラインを設置しており、富士通の調達活動におけるコンプライアンス違反行為やその疑念がある行為に関する通報を受け付けています。社内／社外のそれぞれに窓口を設けて、通報いただいた内容の事実関係を確認、調査のうえ、速やかに対応しています。

なお、富士通が通報いただいた方やそのお取引先に対して不利益な取り扱いをすることは内部通報規定で禁止しています。

・ お取引先コンプライアンスライン

<http://www.fujitsu.com/jp/about/csr/management/compliance/complianceline/>

また、反社会的勢力による被害を防止する（活動の助長もしない）ために、お取引先との契約書に反社会的勢力などの排除条項を明記しています。富士通グループはお取引先を含め、反社会的勢力との関わりを一切持ちません。

株主・投資家とともに

株主・投資家に関する基本的な考え方

富士通グループは、FUJITSU Way の企業指針に掲げた「企業価値を持続的に向上させます」に基づき、戦略的な事業展開と効率的な経営を行い、かつ健全な財務体質を維持しつつ、長期にわたる安定的な利益の拡大と成長を実現することで、企業価値を持続的に向上させ、株主・投資家の期待に応えます。

また、株主・投資家の皆様に、このような企業価値向上の取り組みとその成果を理解いただけるよう、事業活動の状況や財務情報を適時・適正に開示し、経営の透明性を高めます。

情報開示に関する基本方針

富士通は、金融商品取引法などの法令および上場している証券取引所の定める規則に従い、公平性・継続性を重視した情報開示を行っています。

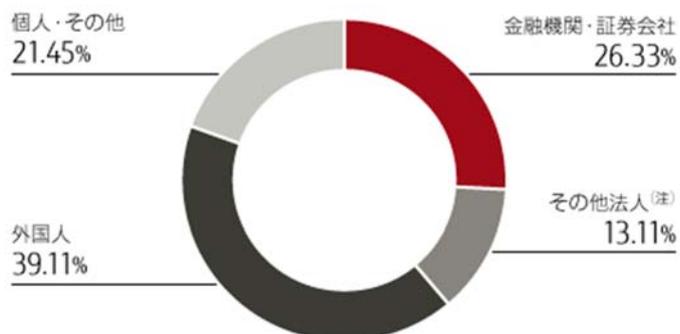
また、法令や規則で開示を要求されていない情報であっても、株主や投資家などステークホルダーの皆様にとって、当社に対する理解を深めていただくために有効であると当社が判断したものに関しては、積極的に開示していく方針です。

株主還元の基本方針

富士通の定款第 40 条に規定される剰余金の配当などにおける取締役会に与えられた権限の行使に関する基本的な方針は、株主の皆様が安定的な剰余金の配当を実施するとともに、財務体質の強化および業績の中長期的な向上を踏まえた積極的な事業展開に備えるため、内部留保を充実させることにあります。また、利益水準を勘案しつつ内部留保を十分確保できた場合には、自己株式の取得など、より積極的な株主の皆様への利益還元を目指しています。

2015 年度の連結業績は、ビジネスモデルの変革を加速させるためのビジネスモデル変革費用を計上したことなどから前期に比べ減益となりましたが、一定の利益水準は確保されているため、2016 年 3 月期末配当は予定どおり 1 株当たり 4 円とします。また 2016 年度の連結業績は、引き続きビジネスモデル変革に取り組み大幅な増益は見込めないことから、中間および期末の配当は、2016 年 3 月期同様、それぞれ 1 株当たり 4 円を予定しています。

所有者別出資比率 (2016.3.31 現在)



(注)富士電機株式会社退職給付信託として信託銀行に信託している当社株式 118,892 千株は、「その他法人」に含めております。

株主・投資家とのコミュニケーション

富士通は、機関投資家・証券アナリスト向けの説明会、個別取材への対応、国内外の投資家訪問、Web サイトによる情報発信など、国内外での IR 活動を通じて、投資家の皆様とのコミュニケーションを図っています。

また、プレスリリースを積極的に行うなど、マスコミを通じた個人投資家や社会への情報伝達に注力し、フェア・ディスクロージャーに努めています。

株主総会では、株主の皆様が質問しやすい環境づくりに努めています。また、社長自らの言葉で株主の皆様へ経営方針を説明しています。株主総会会場では、富士通の製品を展示し、説明員が富士通の技術やサービスを紹介しています。加えて、地方在住の株主の皆様にも株主総会の雰囲気を感じていただけるよう、全国に地方中継会場を4カ所設けており、地方中継会場だけで約1,000人の株主の皆様にご参加いただいています。さらに、株主総会の模様は、後日、富士通のホームページで公開しています。

国内外での各種ミーティングの開催

富士通は、国内の機関投資家や証券アナリストの皆様に対して、決算説明会や経営方針説明会、事業説明会を開催しています。

海外の機関投資家の皆様に対しては、定期的に欧州と北米で海外ロードショー（投資家向け説明会）を開催するほか、現地のスタッフが投資家に対する個別訪問を行っています。2015年度の国内・海外の機関投資家・証券アナリストとの個別取材件数は、1,000件（海外約63.5%、国内約36.5%）でした。

個人株主・投資家の皆様とのコミュニケーション

個人の株主・投資家の皆様に対しては、中間決算時と本決算時に「中間報告書」「報告書」を送付するほか、アナリスト向け説明会で用いたIR資料や決算説明会の資料・映像などを迅速に公開しています。

IR サイトによる情報発信

富士通は国内外のIRサイトで、富士通についての紹介や各種開示資料など、株主・投資家の皆様に知っていただきたい情報を発信しています。国内で開催している説明会の資料は、英文版を作成して海外IRサイトに掲載しています。

IRサイトでは、株主総会議案を早期に公開するなど、IR活動を通じて富士通への理解が深まるように、情報開示とコミュニケーションの促進を図っています。

2015年度の主要IR活動実績

		2015年										2016年	
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
国内	株主総会				●株主総会								
	経営方針説明会									●経営方針説明会 ●野村IF ^(注1)			
	決算説明会		●本決算			●1Q決算			●2Q決算			●3Q決算	
	事業説明会	●R&D									●債券IR		●ESG
海外	ロードショー		●北米	●欧州				●アジア	●北米	●欧州			●アジア

(注1) 野村インベストメントフォーラム。